

ЗАИМСТВОВАНИЯ КАК ФАКТОР НАРУШЕНИЯ ЯСНОСТИ РЕЧИ

Аннотация: статья посвящена исследованию коммуникативно-прагматического аспекта употребления заимствованной лексики в современном русском языке; рассматриваются примеры нарушения ясности речи, вызванного неоправданным употреблением иностранных слов.

Ключевые слова: заимствования, ясность речи.

BORROWING AS A FACTOR OF SPEECH CLARITY VIOLATIONS

Abstract: the article is devoted to the research of communicative and pragmatic aspect of the use of borrowed words in the modern Russian language; the author analyses the examples of the violation of speech clarity, caused by the unreasonable use of foreign words.

Key words: borrowings, speechclarity.

Под заимствованием понимается «элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т. п.), перенесенный из одного языка в другой в результате языковых контактов, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой» [БЭС «Языкознание», 158]. Степень освоения заимствований принимающим языком может быть различной. Так, иноязычное происхождение полностью усвоенных слов может обнаруживаться только с помощью этимологического анализа (например, *башмак*, *очаг*). Некоторые иноязычные по происхождению слова осознаются носителями языка как заимствованные, однако обретают привычную морфемную оболочку, демонстрируют широкие словообразовательные возможности (например, *PR/пиар*: *пиарщик*, *пиаровский*, *пиариться* и т. д.). На начальных ступенях заимствования слова чужого языка могут употребляться в качестве иноязычных вкраплений, сохраняя свой изначальный облик – как на уровне фонетического, графического оформления, так и на уровне грамматической ассимиляции.

К примеру, написание слова может осуществляться как с помощью графических символов принимающего языка, так и в изначальном облике (например, слово в русском тексте может быть написано на латинице). При использовании графической системы одного языка могут возникать орфографические варианты (например, *шоппинг* и *шопинг*).

Насколько необходимы заимствования? Может ли язык обойтись без них? Начиная со второй половины XVIII в., когда в Российской академии был задуман первый толковый словарь, роль иностранных слов в языке оценивалась не только в лингвистическом, но и широком социально-культурном контексте. Достаточно вспомнить Владимира Даля, который предлагал заменить заимствования русскими эквивалентами (*пенсне* – *носохватка*, *адрес* – *насылка*, *горизонт* – *небозем* и пр.).

Л. П. Крысин в своей работе «Иноязычные слова в современном русском языке» выделил внешние и внутренние (языковые) причины заимствований, указав, что во многих случаях заимствование объясняется не столько внешними, социальными, причинами, сколько наличием в принимающем языке определенных предпосылок к заимствованиям [Крысин 1968: 23]. К таким предпосылкам можно отнести тенденцию к устранению полисемии исконного слова, упрощению его смысловой структуры, потребность уточнить или детализировать соответствующее понятие, разграничить смысловые оттенки, наличие в заимствующем языке структурно аналогичных слов [Там же: 21–30].

Несмотря на наличие объективных факторов, объясняющих причины заимствования иноязычных языковых единиц, нередко в речи фиксируются случаи неоправданного употребления заимствованных лексем. В данном случае имеется в виду коммуникативно-прагматический аспект использования заимствованной лексики, позволяющий оценить приемлемость подобного словоупотребления в речевом контексте.

Рассмотрим фрагмент рекламной статьи, размещенной в 2013 году в интернете и в некоторых печатных изданиях (в частности, в газете «Комсомольская правда»). Цель данного текста – массово анонсировать фестиваль «Ярмарка Фест». Обращает на себя внимание само название развлекательного мероприятия, представляющее собой грамматически

несвязанное сочетание слов «ярмарка» («большой торг обычно с увеселениями, развлечениями, устраиваемый регулярно, в одном месте и в одно время» [Ожегов 918]) и «фест» (от англ. fest – фестиваль; в словарях русского языка слово «фест» не зафиксировано; в «Национальном корпусе русского языка» найдено 99 вхождений в 38 документах). Приведем фрагмент текста данной статьи.

ДИЗАЙНЕРСКИЕ МАСТЕР-КЛАССЫ

В зоне дизайн. маркета можно будет не только познакомиться с интересными авторами и прикупить себе все от интерьерных табличек в дом до укороченных свитшотов и чокеров, но и научиться самостоятельно творить красоту. 3D печать, портреты из листьев, бижутерия от Тани Либерман, футболка с принтом, проявляющимся на солнце, роспись камней, фуросики и украшения из пластиковых бутылок.

GUYS PARTY

Пинг-понг, мужская парикмахерская barbershop Kontora, татуировки, учебная трасса по лонгбордам, красная копейка и старая «бэха», настоящий сеновал и игра в кикер. Мужчины одобряют.

INSPIRE МИМИ

Самая нежная и романтическая зона на фестивале. Air we inspire (с) и все, как любят девочки. Мастер-класс по ободкам и скрапбукингу, фотосессии среди нежных фонариков, фроузен-йогурты, укладки причесок.

Особенностью этого текста является использование большого количества заимствованных слов, причем многие из этих слов находятся на начальной стадии освоения принимающим языком: так, они не зафиксированы в словарях русского языка, не содержатся в «Национальном корпусе русского языка» (например, *свитшоты*, *фуросики* и др.). Безусловно, нужно учесть целевую аудиторию рассматриваемой статьи – это молодые люди в возрасте от 16 до 35 лет, активно интересующиеся модными новинками в сфере дизайна, новыми способами времяпрепровождения и т. д. Казалось бы, этот фактор оправдывает выбор употребления такого количества заимствованных лексем в тексте. Однако опрос, проведенный среди 300 молодых людей в возрасте 18–20 лет (студентов

Уральского федерального университета), показывает, что смысл многих слов в рамках данной аудитории остается неясным. И если слово «принт» оказалось понятным большинству респондентов, слова «свитшот» (укороченный пуловер) и «скрапбукинг» (вид рукоделия) были опознаны женской частью опрошенных, «кикер» и «лонгборд» – некоторыми представителями мужской части опрошенных, то такие слова, как «фуросики», «чокер», «фроузен-йогурт» остались непонятыми. Стремление авторов насытить текст заимствованными словами привело к нарушению требования ясности речи – понятности и доступности речи для восприятия, ориентации говорящего на диалог с адресатом. Ясность речи предполагает использование лексики, понятной для читателя или слушателя. Эффективной речью может являться только такая речь, автор которой «учитывает уровень культуры, знаний, интересов, социальный статус и другие качества адресата» [Хорошая речь: 212]. Любое речевое общение по сути диалогично, а немотивированное употребление большого количества слов с неявной семантикой ведет к нарушению этого основополагающего коммуникативного принципа.

Список литературы

1. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин. – М. : Наука, 1968.
2. Кормилицына М. А. Риторическая организация речи (адресованность речи) / М. А. Кормилицына. – Хорошая речь. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2015. – С. 211–222.
3. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 2001.
4. Языкознание. Большой энциклопедический словарь. М. : Большая Российская энциклопедия, 1998.